

PAJAK PENGHASILAN ORANG PRIBADI PELAKU E-COMMERCE KOSMETIK DAN FASHION DI SINGARAJA

Putu Arya Wahyu Prebawa¹⁾
I Gede Komang Chahya Bayu Anta Kusuma²⁾

^{1,2)} Program Diploma III Perpajakan, Politeknik Keuangan Negara STAN

Email korespondensi : aryawahyuxox@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Pertama
[18 11 2022]

Dinyatakan Diterima
[09 12 2022]

KATA KUNCI:

e-commerce, Kepatuhan pajak, Pajak penghasilan, Potensi pajak, Upaya DJP,

KLASIFIKASI JEL:
H24

ABSTRACT

Online transactions in Indonesia continue to grow every year, in 2020 e-commerce transactions grew 23.11% yoy. Dominated by young consumers with the fashion and beauty products dominated the transaction. This increase causes the tax potential of e-commerce transactions to increase. In Bali, through webscraping in Shopee and Tokopedia, there are 1,244 stores that has gross sales at least 50 million rupiah per month. This study aims to determine taxation aspects such as tax compliance, tax potential, and the obstacles faced by individual taxpayers in fulfilling their tax obligations. This study limits the scope of the research in Singaraja City, Buleleng Regency, Bali Province. This study uses qualitative approach with primary data sources consisting of interview and observation methods, this study also use secondary data through literature studies and data from DJP. The conclusion of this study is the compliance of individual taxpayers at KPP Pratama Singaraja is quite low with the highest potential is of IDR 121,460,132.92 when using income tax article 17 with bookkeeping procedure WPOP faces obstacles caused by weak coercion to fulfill tax obligations, lack of understanding, and bad perceptions about taxes.

Transaksi online di Indonesia terus berkembang setiap tahunnya. Pada tahun 2020 transaksi *e-commerce* tumbuh 23,11% yoy dan didominasi oleh konsumen usia muda dengan pilihan utama produk *fashion* dan kecantikan. Di Bali, melalui hasil *webscraping* Shopee dan Tokopedia terdapat 1.244 toko yang setidaknya memiliki omzet 50 juta rupiah perbulannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aspek perpajakan berupa Kepatuhan, potensi, dan kendala yang dihadapi wajib pajak orang pribadi pelaku *e-commerce* usaha *fashion* dan kecantikan dalam pelaksanaan pemenuhan kewajiban pajaknya. Penelitian ini membatasi ruang lingkup penelitian di Kota Singaraja, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali dengan periode data 2016 hingga 2021. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sumber data primer yang terdiri dari metode wawancara dan observasi serta data sekunder melalui studi literatur dan data DJP. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku *e-commerce* pada KPP Pratama Singaraja cukup rendah dengan potensi tertinggi menggunakan PPh pasal 17 pembukuan sebesar Rp121.460.132,92. WPOP menghadapi kendala yang diakibatkan oleh lemahnya paksaan pemenuhan kewajiban pajak, kurangnya pemahaman, dan persepsi buruk mengenai pajak.

1. PENDAHULUAN

Transaksi *online* merupakan sebuah terobosan baru dalam transaksi perekonomian. Penjualan secara *online* merubah bagaimana perilaku masyarakat kita dalam bertransaksi barang atau keperluan sehari-hari. Masyarakat kini dapat dengan mudah membeli atau berjualan secara *online* melalui *marketplace online* seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak. Perkembangan transaksi *online* terus berkembang terutama pada masa pandemi yang memaksa akselerasi perkembangan dunia digital. Perkembangan transaksi ini dapat kita lihat dari data Bank Indonesia yang telah diolah oleh lokadata (2021) yang menyatakan bahwa kenaikan transaksi *e-commerce* pada tahun 2020 tumbuh 23,11% yoy dari 205,5 triliun pada tahun 2019 menjadi 253 triliun pada tahun 2020, transaksi ini pada tahun 2020 masih didominasi oleh Shopee Indonesia dengan pangsa pasar sebesar 37% lalu diikuti oleh Tokopedia dengan pangsa pasar sebesar 35% (Momentum Works, 2021).

Transaksi *online* yang terjadi di *e-commerce* saat ini didominasi oleh para anak muda yang berusia antara 18-35 tahun dengan kontribusi sebesar 85% dari total transaksi *e-commerce*, dimana produk *fashion* dan kecantikan merupakan pilihan utama mereka dengan presentasi mencapai 30% dan 16% dari jumlah transaksi *e-commerce* (Muazam, 2020). Di daerah Bali, dengan mengambil data melalui Shopee menggunakan metode web scraping, penulis menemukan bahwa dari kategori *fashion* dan kecantikan terdapat 1.244 jumlah toko star seller dan star seller+. Label star seller tersebut menandakan bahwa setidaknya omzet toko mereka telah mencapai 50 juta rupiah perbulannya.

Jumlah toko-toko tersebut terus berkembang di seluruh Indonesia. Presiden Bukalapak Teddy Oetomo pada artikel katadata.co.id (2020) menyatakan bahwa dalam 7 bulan pertama tahun 2020 jumlah mitra Bukalapak meningkat sebanyak 3 juta mitra. Sejalan dengan itu, Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Luhut Binsar Panjaitan juga mengatakan bahwa jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah bergabung ke *e-commerce* meningkat sebesar 6,5 juta sejak Mei 2020 - Juni 2021 (CNN Indonesia, 2021).

Perkembangan transaksi *marketplace* tersebut tentunya memberikan peluang baru bagi perpajakan di Indonesia. Bermunculannya usaha-usaha tersebut menciptakan objek pajak penghasilan berupa tambahan kemampuan ekonomi dari penghasilan penjualan di *marketplace*. Pajak Penghasilan dari Penjualan produk melalui *e-commerce* dikenakan Pajak penghasilan (PPH) yang tidak berbeda dengan

transaksi konvensional, hal ini sesuai Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak No 62 Tahun 2013. Oleh karena itu para penjual produk yang bertransaksi di *marketplace* memiliki kewajiban pajak yang sama dengan usaha perdagangan secara konvensional. Contohnya kewajiban mendaftarkan NPWP, melaporkan pajak, membayar pajak, dan kewajiban lain sesuai ketentuan Perpajakan.

Saat ini potensi pajak transaksi *online marketplace* masih memiliki kekurangan dengan tingkat kepatuhan pajak yang rendah. Survei Kementerian Keuangan pada tahun 2014 menemukan bahwa 380 Wajib Pajak dari 1000 sampel pelaku *e-commerce* belum memiliki NPWP (Direktur Jenderal Pajak, 2014). Penelitian lain milik Nurgraheni (2016) juga menemukan bahwa dari 112 responden yang ia teliti terdapat 66,96% responden yang tidak memiliki NPWP, Faisol & Rofiqi (2020) mengamati bahwa ketidaktahuan informasi perpajakan karena kurangnya sosialisasi merupakan salah satu penyebab ketidakpatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

Perbedaan karakteristik antara usaha konvensional dan usaha *online marketplace* menyebabkan kesulitan dalam tahap identifikasi. Identifikasi memerlukan metode pengungkapan penghasilan yang berbeda, dimana subjek dan objek pada transaksi jual beli *online* bersifat ambigu dan tidak transparan sehingga tidak mudah untuk ditelusuri bentuk transaksinya (Rosalinawati & Syaiful, 2018). Selain itu, kegiatan usaha *online* sulit untuk dilacak lokasinya dan sulit untuk terdeteksi sehingga tidak diketahui pemenuhan kewajiban pajaknya, Menurut Direktur Humas DJP banyak pengusaha *online* atau *e-commerce* yang tidak patuh membayar pajak baik PPh maupun PPN (Ariyanti, 2017).

Ketidakpatuhan terjadi pada wajib pajak orang pribadi, karena WPOP tidak memiliki urgensi untuk memiliki NPWP ketika mereka melakukan usaha atas nama pribadi, lain halnya dengan badan dimana pendirian badan memerlukan syarat NPWP untuk pendiriannya. Selain itu, walaupun peraturan mengenai pemajakan *e-commerce* telah tersedia peraturan tersebut memiliki kekuatan hukum lemah yang hanya bersifat penegasan dan belum secara spesifik mengatur terkait pemajakan penghasilan penjualan *marketplace* (Rosalinawati & Syaiful, 2018). Kondisi ini mengakibatkan pengenaan pajak *e-commerce* seharusnya berpedoman pada Undang-undang Pajak Penghasilan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ditujukan untuk mendalami mengenai pelaksanaan pemajakan *e-commerce* Orang Pribadi Usaha Fashion dan Kecantikan.

2. LANDASAN TEORI

2.1 E-commerce Marketplace

E-commerce marketplace merupakan salah satu klasifikasi jenis usaha *e-commerce* yang diatur melalui Surat Edaran Direktur Jenderal SE-06/PJ/2015. Surat edaran tersebut mencantumkan *e-commerce marketplace* atau yang disebut *online marketplace* diartikan sebagai model bisnis yang menyediakan toko secara virtual bagi para pengusaha yang ingin menjual barangnya di *platform* penyedia toko virtual. Contoh dari *online marketplace* meliputi Shoope, Tokopedia, dan Bli-bli. Ruang yang disediakan oleh penyedia jasa berbentuk situs atau halaman nantinya akan digunakan oleh para penjual. Karakter utama model ini adalah pembayaran barang tidak dilakukan langsung kepada penjual tetapi terlebih dahulu melalui penyelenggara jasa *online marketplace* (Sakti, 2014). Penyelenggara *online marketplace* akan memajang konten terkait barang/jasa para penjual, konten tersebut nantinya akan dapat dilihat oleh para calon pembeli sehingga para calon pembeli dapat dengan bebas memilih produk atau jasa yang ingin dia gunakan. Beberapa *e-commerce* menerapkan *admin fee* terkait transaksi dalam *marketplace*, kebijakan mengenai *admin fee* bervariasi di setiap *platform marketplace*, baik terkait *tarif* dan waktu *admin fee* tersebut akan dikenakan.

2.2 Pajak Penghasilan

Pajak Penghasilan (PPH) merupakan salah satu pajak yang menjadi wewenang Pemerintahan Pusat. Pajak Penghasilan menurut asqolani (2020) dapat dikatakan sebagai pajak negara karena sifatnya diadministrasikan sebagai penerimaan APBN terlebih lagi pengelolaannya dilakukan di pemerintah pusat dan bukan di pemerintah daerah.

Berdasarkan *self assessment* Kewajiban Perpajakan Wajib Pajak akan timbul ketika syarat objektif dan subjektif pajak penghasilan terpenuhi. Dalam Pasal 4 ayat (1) Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang pajak penghasilan (UU PPh). objek pajak penghasilan adalah penambahan kemampuan ekonomis yang diterima oleh Wajib Pajak yang dapat digunakan untuk konsumsi atau menambah kekayaan wajib pajak baik berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, dengan nama dan dalam bentuk apa pun, dalam Frasa *dengan nama dan dalam bentuk apapun* menandakan bahwa objek pajak penghasilan bersifat luas dan tidak terikat kepada penghasilan tertentu, tidak mempertimbangkan cara bagaimana penghasilan itu didapatkan, bagaimana bentuk penghasilannya, serta tidak mepedulikan darimana penghasilan tersebut diperoleh. Ketika Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) telah menerima

penghasilan maka syarat objektif UU PPh telah terpenuhi.

Berdasarkan subjeknya, terdapat 4 (empat) subjek pajak dalam pasal 2 ayat (1) UU PPh yaitu orang pribadi, warisan belum terbagi, badan, dan bentuk usaha tetap (BUT). Hal ini dapat disederhanakan, secara sederhana dapat dibagi menjadi 2 jenis yaitu PPh Badan dan PPh Orang Pribadi (PPh OP) dimana warisan belum terbagi dipersamakan perlakuannya dengan Orang pribadi dan BUT perlakuannya dipersamakan dengan subyek pajak Badan. Bagi WPOP syarat subjektif ini akan terpenuhi ketika orang pribadi tersebut dilahirkan, orang pribadi berada, atau orang pribadi berniat untuk bertempat tinggal di Indonesia yang diatur dalam Pasal 2A ayat (1) UU PPh.

2.3 Pajak Penghasilan Orang Pribadi pengusaha E-commerce marketplace

Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 Pemerintah Indonesia melakukan penegasan terkait pajak penghasilan *e-commerce*, surat edaran ini menegaskan bahwa Undang-undang Pajak Penghasilan serta Undang-undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan belaku sama bagi mereka yang melakukan usaha melalui *e-commerce marketplace* pada peraturan ini pemerintah menyatakan bahwa perbedaan hanya terletak pada tempat dan cara penjualannya sehingga objek penghasilan yang dikenakan tetap sama, pernyataan tersebut dijelaskan dalam bagian Umum SE-62/PJ/2013. Dimana total penjualan melalui *online* dan *offline* akan digabungkan untuk menghitung pajak penghasilan mereka.

Hal ini menandakan bahwa palaku usaha orang pribadi dapat dikenakan beberapa cara penghitungan Pajak Penghasilan Orang Pribadi (PPh OP) secara umum untuk penghasilannya. Berikut merupakan cara penghitungan PPH OP yang melakukan kegiatan usaha melalui *e-commerce*.

2.4 Kepatuhan Pajak

Dalam Menurut Nugrahanto & asqolani, (2020) kepatuhan pajak didefinisikan sebagai tindakan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku di suatu negara. Sementara itu, definisi lain diungkapkan oleh Sulistiyono (2012, dikutip dalam Maheswari, 2021) mengatakan kepatuhan wajib pajak merupakan keadaan wajib pajak yang rela melakukan perbuatan secara sadar dan tanpa paksaan sehingga perilakunya sesuai dengan yang diharapkan. Berdasarkan kedua definisi tersebut kepatuhan pajak disimpulkan sebagai tindakan Wajib Pajak yang secara sadar dan tanpa paksaan memenuh kewajiban perpajakannya sesuai ketentuan yang berlaku. Kepatuhan pajak menurut Rahayu, (2010) dibagi menjadi dua jenis kepatuhan, yaitu kepatuhan Formal dan kepatuhan Material.

2.5 Kepatuhan Pajak Fomal

Secara sederhana Kepatuhan formal merupakan kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban formalnya sesuai dengan ketentuan undang-undang perpajakan. Kepatuhan tersebut meliputi kelengkapan serta ketepatan waktu dalam pelaksanaan ketentuan formal (Sukada, 2020). Ketentuan formal mengatur mengenai pedoman penyelenggaraan peraturan perpajakan, hak serta kewajiban, hak pejabat, jatuh tempo, serta aturan lainnya. Salah satu contoh ketentuan perpajakan formal adalah Undang-undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (Mardiasmo, 2016). Undang-undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan mengatur 4 kewajiban wajib pajak yaitu pendaftaran, pembukuan atau pencatatan, pembayaran atau penyetoran, pelaporan. Sedangkan, Peraturan Menteri Keuangan Nomor 74/PMK.03/2012 memuat kriteria wajib pajak patuh, yang meliputi pelaporan SPT tepat waktu, tidak memiliki tunggakan atas segala jenis pajak, laporan keuangan memperoleh pendapat Wajar Tanpa Pengecualian (WTP) dalam kurun waktu 3 tahun berturut-turut, dan juga tidak pernah dipidana tindak pidana perpajakan.

Berdasarkan berbagai hal tersebut, maka diperoleh beberapa indikator kepatuhan pajak formal wajib pajak orang pribadi yang akan digunakan antara lain:

1. Kepatuhan mendaftarkan diri,
2. Pelaksanaan pencatatan atau pembukuan,
3. Pelaporan SPT secara tepat waktu,
4. Pembayaran dan penyetoran tepat waktu.

Indikator tersebut akan digunakan untuk tinjauan mengenai kepatuhan formal wajib pajak, pemenuhan seluruh indikator menandakan wajib pajak telah patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya secara formal.

2.6 Kepatuhan Pajak Material

Kepatuhan material merupakan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya secara substantif atau secara hakikatnya memenuhi ketentuan material dalam undang-undang perpajakan. Ketentuan pajak materil, mengatur mengenai objek dan subjek pajak, tingkatan biaya pajak, tarif pajak, saat terutang dan terhapusnya hutang pajak dan aturan lainnya, salah satu contoh ketentuan perpajakan materil adalah Undang-undang Pajak Penghasilan (Mardiasmo, 2016). Beberapa indikasi mengenai kepatuhan material diidentifikasi oleh Widodo (2010) yang meliputi pengisian SPT dengan jujur, pengisian SPT dengan benar, jelas dan lengkap, Kebenaran mengenali jumlah pajak yang harus dibayar dengan perhitungan sebenarnya, dan besar/kecilnya tunggakan pajak. Pengisian SPT dengan benar

memerlukan pemahaman mengenai peraturan perpajakan, penelitian oleh Antariksa (2020) dan Indrawan & Binekas (2018) menemukan bahwa Pemahaman peraturan perpajakan sangat berpengaruh kepada kepatuhan wajib pajak. Pernyataan tersebut didukung oleh As'ari (2018) bahwa pemahaman peraturan serta sanksi perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Oleh karena itu, pemenuhan kepatuhan materil menggunakan indikator kebenaran pengisian SPT serta pemahaman mengenali ketentuan perpajakan.

2.7 Penelitian Terdahulu

Sehubungan dengan perpajakan *e-commerce*, berbagai penelitian telah meneliti faktor-faktor tertentu yang berkaitan dengan kepatuhan pajak. Penelitian oleh Antariksa (2020) dan Indrawan & Binekas (2018) menemukan bahwa Pemahaman peraturan perpajakan sangat berpengaruh kepada kepatuhan wajib pajak. Pada penelitian lain dengan topik serupa dilakukan kepada para mahasiswa ditemukan tingkat pemahaman perpajakan oleh mahasiswa masih sangat minim, kewajiban tersebut meliputi pendaftaran NPWP dan pelaporan SPT. Dikalangan usahawan Novaldi (2018) menemukan 50% responden dengan jumlah 30 wajib pajak pelaku usaha *e-commerce* di Kota Malang tidak memenuhi kategori wajib pajak patuh menurut Peraturan Menteri Keuangan (PMK) 192 tahun 2007. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2020) terhadap pelaku usaha *e-commerce online shop* di Surabaya menemukan bahwa sebenarnya secara umum pemilik telah mengetahui apa itu pajak *e-commerce* walaupun tidak secara mendetail, tetapi perlu diingat bahwa penelitian ini juga menemukan banyak pengusaha *e-commerce* yang belum mengetahui aspek-aspek perpajakan. Penelitian-penelitian tersebut memiliki kesamaan yaitu objek penelitian dilakukan terhadap kepatuhan Wajib Pajak dengan subjek pajak yang berbeda-beda. Oleh karena itu, penelitian-penelitian yang saling berkaitan tersebut digunakan sebagai referensi yang akan menambah pemahaman dalam meneliti hambatan-hambatan yang dialami oleh para Pengusaha WPOP yang melakukan usaha melalui *marketplace e-commerce*.

Penelitian yang dilakukan oleh Rosalinawati & Syaiful (2018) yang meneliti terkait Pajak Penghasilan atas Transaksi *E-commerce* di Kabupaten Gresik dengan Tiga narasumber yang berbeda yaitu dari Pelaku *E-commerce*, Praktisi Konsultan Kantor Pajak Gersik Utara, dan Akademis perpajakan *E-commerce*. Penelitian ini memberikan gambaran mengenai pendapat wajib pajak dan kendala serta tantangan dalam pemungutan pajak atas transaksi *e-commerce*. Penelitian Sinaga (2021)

memberikan gambaran mengenai bagaimana proses bisnis dan faktor yang mempengaruhi pendapatan pengusaha pakaian yang berjualan secara *online*, penelitian dilakukan terhadap 4 (lima) narasumber yang bergerak di bidang usaha pakaian dengan jenis pakaian yang berbeda-beda. Berdasarkan kedua penelitian tersebut upaya Petugas Pajak dan hambatan yang dihadapi petugas pajak di lapangan belum dibahas secara lanjut sehingga terdapat perbedaan dengan penelitian ini, penelitian-penelitian tersebut memberikan gambaran mengenai bagaimana pembahasan nantinya akan dilakukan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang menggunakan teknik pengumpulan data kualitatif dalam desain penelitian (Saunders *et al.*, 2019). Metode ini digunakan untuk memberikan pandangan yang lebih baik untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Penelitian ini akan menggunakan Sumber data primer dan sekunder. Data primer akan diperoleh melalui penelitian lapangan. Sedangkan data sekunder akan diperoleh melalui studi literatur serta data dari DJP. Metode penelitian lapangan akan terdiri dari metode wawancara dan observasi. Metode wawancara akan dilakukan terhadap pihak pengusaha *online* bidang *fashion* dan produk kecantikan. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang bagaimana kesulitan yang dihadapi dalam penerapan PPh OP pengusaha *e-commerce marketplace* dan apa penyebab kesulitan tersebut terjadi.

Wawancara akan dilakukan secara semi-terstruktur, wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan menyiapkan tema dan pertanyaan yang akan dibahas di dalam wawancara dimana pertanyaan dapat disesuaikan di setiap wawancara yang dilakukan (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019). Wawancara kepada pengusaha akan dilakukan untuk memahami proses bisnis pengusaha sehingga dapat melihat potensi penghasilan dan meninjau kepatuhan pajak formal dan material para pengusaha berdasarkan potensi tersebut. Metode Observasi dilakukan dengan mengamati dan memantau toko *online* masing-masing narasumber pengusaha untuk mendapatkan gambaran mengenai produk dan jumlah penjualan. Informasi-informasi terkait upaya dan hambatan akan disempurnakan dengan metode studi literatur dengan membaca peraturan mengenai tugas dan fungsi Kanwil dan KPP, berita mengenai upaya lain yang telah dilakukan oleh KPP dan Kanwil, serta menambah referensi mengenai proses bisnis dan kepatuhan Wajib Pajak.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Kepatuhan Pajak Penghasilan

Tinjauan kepatuhan pajak akan melihat kepatuhan pajak berdasarkan data Wajib pajak yang terdaftar di KPP Pratama singaraja dan data para narasumber yang menjadi objek penelitian.

4.1.1 Berdasarkan Data KPP Pratama Singaraja

Data yang ditinjau merupakan data pengusaha eceran di bidang kecantikan dan fasion yang telah diidentifikasi oleh KPP yang memiliki toko pada *e-commerce* serta data wajib pajak KLU 47912 yang merupakan KLU (Perdagangan Eceran Melalui Media Untuk Komoditi Tekstil, Pakaian, Alas Kaki Dan Barang Keperluan Pribadi). KPP Pratama Singaraja saat ini mengidentifikasi 3 Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) dengan KLU 47725 (Perdagangan Eceran Kosmetik) yang memiliki usaha *online e-commerce*, sedangkan pada bidang fasion belum terdapat WPOP yang teridentifikasi memiliki usaha *online*. Pada KLU 47912 (Perdagangan Eceran Melalui Media Untuk Komoditi Tekstil, Pakaian, Alas Kaki Dan Barang Keperluan Pribadi) terdapat 8 WPOP yang menggunakan KLU tersebut, tetapi KPP Pratama Singaraja belum mengidentifikasi kepemilikan toko *online* yang dimiliki oleh Wajib Pajak tersebut.

4.1.1.1 Kepatuhan formal

Berdasarkan empat indikator kepatuhan formal yang digunakan, beberapa kepatuhan dapat dianalisis berdasarkan data KPP. Indikator pelaporan SPT dan pembayaran tepat waktu, data mengenai wajib pajak tersebut dapat dilihat pada tabel berikut yang menunjukkan tabel pelaporan dan pembayaran SPT dari tahun pajak 2016-2021.

Tabel 4.1 Data Pelaporan SPT KLU 47912 dan 47725

KLU	Terdaf tar	efek tif	dilapor kan	Terlam bat	tidak dilapor kan
47912	8	6	26	4	4
47725	32	20	50	14	43

Sumber: KPP Pratama Singaraja

Tabel 4.2 Data Pembayaran SPT KLU 47912 dan 47725

KLU	Jumlah pembayaran	Pembayaran terlambat
47912	222	151
47725	379	222

Sumber: KPP Pratama Singaraja

Berdasarkan data, persentase keterlambatan SPT mencapai 23,6% dibandingkan dengan SPT yang dilaporkan, dan persentase WP tidak melaporkan SPT sebesar 38,2% dari yang

seharusnya dilaporkan. Pada KLU 47912 SPT yang tidak dilaporkan merupakan SPT tahun pajak 2020 hingga 2021 yang menandakan adanya penurunan kepatuhan wajib pajak pada tahun pajak 2020-2021. Seluruh Wajib pajak Baik WPOP 47912 dan 47725 menggunakan PP23 Tahun 2018 atau PP 46 tahun 2013 untuk pembayaran pajak mereka. Dalam data ini jumlah pembayaran merupakan jumlah pembayaran tiap bulannya. Berdasarkan data, kepatuhan waktu pembayaran cukup rendah dengan persentase 62%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepatuhan formal pada KLU 47912 dan 47725 cukup rendah terutama pada indikator ketepatan pembayaran pajak.

4.1.1.2 Kepatuhan material

Indikator kepatuhan material berupa kebenaran pengisian SPT dapat dilihat dari jumlah Surat Permintaan Penjelasan atas Data dan/atau Keterangan (SP2DK) yang telah diterbitkan oleh KPP Pratama Singaraja, serta melihat tindak lanjut hasil SP2DK tersebut. Berdasarkan data, beberapa WPOP KLU 47725 sudah pernah diterbitkan SP2DK dalam kurun waktu 2018-2021. Begitu pula WPOP KLU 47912 beberapa wajib pajak juga sudah pernah diterbitkan SP2DK dalam kurun waktu 2017-2021.

Tabel 4.3 Data Penerbitan SP2DK KLU 47725 yang Teridentifikasi

Wajib Pajak	Jumlah SP2DK	Potensi Awal	Realisasi
A	6	32.455.347	4.996.221
B	2	2.298.713	1.800.000
C	5	1.850.000	2.900.000
Total	13	36.604.060	9.696.221

Sumber: Data KPP Pratama Singaraja

Tabel 4.4 Data Penerbitan SP2DK KLU 47912

Wajib Pajak	Jumlah SP2DK	Potensi Awal	Realiasi
A	3	650.000	157.750
B	6	2.184.030	4.905.930
C	1	100.000	-
D	1	100.000	-
E	8	13.858.000	14.325.419
F	14	10.007.650	3.996.238
G	3	72.000	37.500
Total	37	26.971.680	23.422.837

Sumber: Data KPP Pratama Singaraja

Berdasarkan data tersebut, jumlah SP2DK yang diterbitkan cukup banyak, setiap wajib pajak setidaknya pernah dilakukan penerbitan SP2DK

oleh KPP Pratama Singaraja. Tidak terdapat usul pemeriksaan yang dilakukan oleh AR di KPP Pratama Singaraja terhadap SP2DK tersebut. Penerbitan SP2DK berdasarkan hasil merupakan hasil dari informasi tambahan mengenai data pembelian wajib pajak. Hasil realisasi konfirmasi SP2DK mencapai 52,1%, menandakan bahwa wajib pajak belum melaporkan data perpajakan yang sesungguhnya secara patuh.

4.1.2 Potensi Pajak Penghasilan Wajib Pajak

Metode penghitungan potensi wajib pajak berbeda pada WP tertentu dikarenakan proses bisnis yang berbeda. Secara sederhana berdasarkan hasil wawancara, proses bisnis wajib pajak pengusaha bidang *fashion* dan kecantikan dapat dibagi menjadi 2 (dua) yaitu produksi sendiri dan eceran. Dalam literature perdagangan ritel, ritel atau pedagang eceran adalah kegiatan terakhir dalam jalur distribusi yang menghubungkan produsen dengan konsumen yang merupakan mitra produsen (Mudzakki & Suharso, 2015). Sedangkan produksi sendiri merupakan kata yang sepadan dengan "Produsen" sehingga 2 (dua) kelompok dalam penelitian ini yaitu produksi sendiri dan pedagang eceran menggambarkan 2 karakteristik yang berbeda.

Berdasarkan hasil wawancara, didapatkan hasil pengelompokan narasumber sebagai berikut.

Tabel 4.5 Pengelompokan Narasumber

Wajib Pajak	Produk	Proses bisnis
A	Kosmetik	Eceran
B	Pakaian Wanita	produksi sendiri
C	Pakaian Wanita	produksi sendiri
D	Aksesoris non perhiasan (gelang dan kalung)	produksi sendiri

Sumber: diolah penulis

Proses bisnis para wajib pajak yang melakukan produksi sendiri juga tidak identik sama, tetapi mereka secara umum melakukan produksi sendiri tanpa pembelian produk dari pihak lain. Wajib pajak A, C, dan D memiliki basis usaha di Buleleng. Sedangkan wajib pajak B memiliki Basis usaha di Denpasar, tetapi wajib pajak B memiliki tempat tinggal di Buleleng sebagai rumahnya. Sehingga perbedaan lokasi tersebut akan mempengaruhi penilaian kepatuhan dan tarif NPPN bagi wajib pajak B. Secara lebih rinci proses bisnis wajib pajak dibahas sebagai berikut.

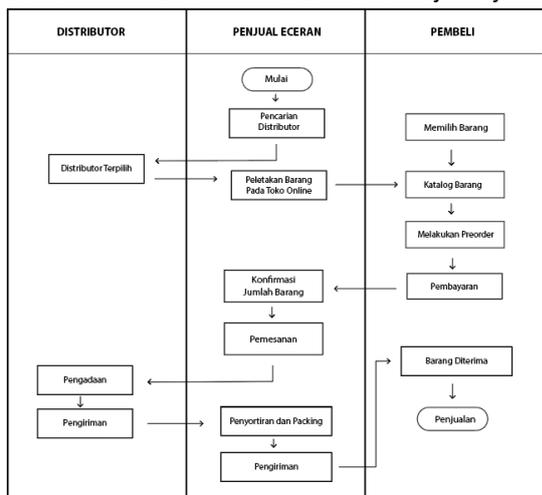
4.1.2.1 Proses Bisnis Wajib pajak A

Berdasarkan hasil wawancara, penjualan Shopee yang dilakukan oleh wajib pajak A tidak terlalu banyak dan didominasi oleh penjualan melalui Instagram. Berdasarkan pengakuannya sebagian besar pelanggan berasal dari Daerah Kota Singaraja sehingga nilai jual utama dari usahanya

adalah kedekatan dengan pelanggan dengan memaksimalkan sistem *Cash on Delivery* (COD) dalam pengirimannya dengan radius sistem COD tidak mencapai 20 km dari Kota Singaraja. Para pembeli yang berasal dari *marketplace* biasanya merupakan para pelanggan yang berada diluar Kota Singaraja sehingga tidak memungkinkan untuk dilakukan sistem COD dalam pengiriman barangnya.

Proses bisnis yang dilakukan oleh Wajib Pajak A dapat digambarkan dalam *flowchart* sebagai berikut.

Gambar 4.1 Flowchart Proses Bisnis Wajib Pajak A



Sumber: diolah penulis

Proses bisnis *pre-order* dimulai dari pemilihan distributor produk untuk produk yang akan dijual. Wajib Pajak A akan melakukan sistem penjualan *pre-order*, pembeli terlebih dahulu memesan barang yang ingin dia beli. Setelah itu, Wajib pajak A akan melakukan pembelian berdasarkan jumlah *pre-order* dari para pembeli. Jumlah yang dibeli biasanya diatur melebihi jumlah *pre-order* dikarenakan wajib pajak A juga melakukan sistem stok barang dengan jumlah kecil untuk pembeli lainnya.

Semakin banyak *Pre-order* maka wajib pajak A akan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, dikarenakan terdapat keuntungan yang berasal dari distributor akibat jumlah pembelian yang banyak. Keuntungan dari penjualan tersebut disimpan dalam rekening yang terpisah dari rekening pribadi wajib pajak A. Berdasarkan hasil wawancara, keuntungan tersebut meliputi harga pembelian yang lebih murah, bonus jumlah produk, dan juga komisi pembelian. Penurunan harga yang didapatkan bervariasi di setiap produknya, dengan kisaran 5.000-10.000 rupiah per produknya. Bonus dapat berupa komisi berupa uang pembelian jumlah produk tertentu, wajib pajak A mencontohkan bonus uang tunai sebesar Rp 500.000 rupiah dari pembelian produk Glem

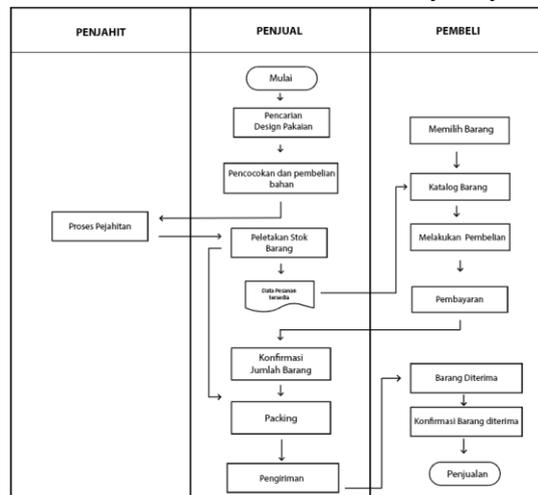
Kolagen dengan total pembelian 1000 pcs. Sistem *Pre-order* yang dilakukannya menyebabkan penjualan tidak menentu setiap penjualannya tergantung dengan jenis produk yang dijualnya.

Tidak terdapat Investasi khusus yang dilakukan oleh wajib pajak A. Proses bisnis *online* menyebabkan wajib pajak A memanfaatkan prangkat yang telah dimilikinya berupa *smartphone* dan juga laptop. Wajib pajak A memanfaatkan rumah sebagai tempat penyimpanan barang sementara diakrenakan jenis dan sifat barang yang memiliki ukuran kecil sehingga tidak memerlukan tempat yang banyak.

4.1.2.2 Proses Bisnis Wajib pajak B

Wajib pajak B melakukan penjualan pakaian wanita dengan cara memproduksi sendiri pakaian yang dijualnya sebagai tangan pertama. Penjualan yang dilakukannya didominasi penjualan yang berasal dari Shopee dan Tiktok Shop. Wajib pajak B juga memiliki toko online di instagram tetapi tidak terdapat informasi mengenai jumlah penjualannya. Selain berjualan produk dalam jumlah satuan, wajib pajak B juga menjual pakaian yang diproduksinya secara grosir untuk para reseller pakaiannya. Proses bisnis tersebut secara lengkap dapat digambarkan pada bagan dibawah ini.

Gambar 4.2 Flowchart Proses Bisnis Wajib Pajak B



Sumber: diolah penulis

Proses bisnis dilakukan pertama kali dengan pencarian design pakaian yang ingin di produksi oleh wajib pajak B. Setelah itu wajib pajak B akan melakukan pencocokan bahan dengan design yang ingin dibuat oleh wajib pajak B. Wajib pajak B melakukan sistem alih daya atau *outsourcing* terhadap proses penjahitan pakaian yang dibuatnya, setelah pakaian tersebut jadi maka stok barang akan disimpan di dalam gudang lalu proses packing akan dilakukan ketika pakaian tersebut telah dipesan oleh para pembeli.

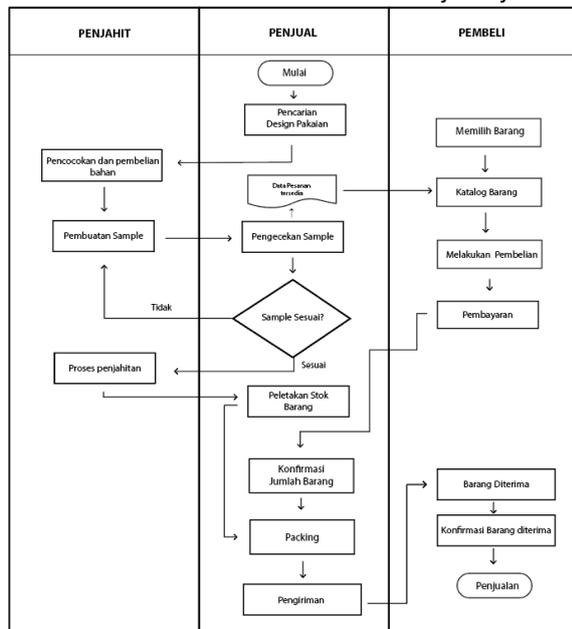
Tidak terdapat Investasi khusus yang dilakukan oleh wajib pajak B. Proses bisnis *online*

menyebabkan wajib pajak B hanya memanfaatkan perangkat yang telah dimilikinya berupa *smartphone* dan juga laptop. Perangkat yang digunakan menggunakan 2 admin untuk mengawasi sosial media toko *online* milik wajib pajak B untuk serta membalas pertanyaan para pembeli.

4.1.2.3 Proses Bisnis Wajib Pajak C

Wajib pajak C melakukan penjualan pakaian wanita dengan berbagai metode baik itu produksi sendiri, *pre-order*, dan juga *reseller*. Berdasarkan hasil wawancara, produk hasil produksi sendiri merupakan produk yang paling laris dan paling mendominasi produk milik wajib pajak C, produk *reseller* dan *pre-order* hanya berjumlah 1-2 produk saja. Walaupun wajib pajak C melakukan penjualan di berbagai *platform* seperti Instagram, Tiktok shop, dan Shopee, tetapi mayoritas penjualan yang terjadi berasal dari Shopee. Proses bisnis dari wajib Pajak C dapat dilihat pada bagan berikut.

Gambar 4.3 Flowchart Proses bisnis Wajib Pajak C



Sumber: diolah penulis

Proses bisnis yang dilakukan oleh wajib pajak C diawali dengan melakukan riset mengenai design pakaian yang saat ini sedang ramai di masyarakat. Setelah design pakaian didapatkan maka wajib pajak C akan melakukan proses selanjutnya dan menanyakan biaya pembuatan pakaian kepada penjahit. Proses bisnis alih daya yang dilakukan oleh wajib pajak C meliputi pembelian bahan dan juga proses penjahitan, sehingga wajib pajak C membayar penjahit sudah termasuk dengan harga kain.

Penjahit terlebih dahulu akan membuat sebuah sample produk yang nantinya akan diberikan kepada wajib pajak C, jika sample tidak cocok maka perbaikan model akan dilakukan oleh

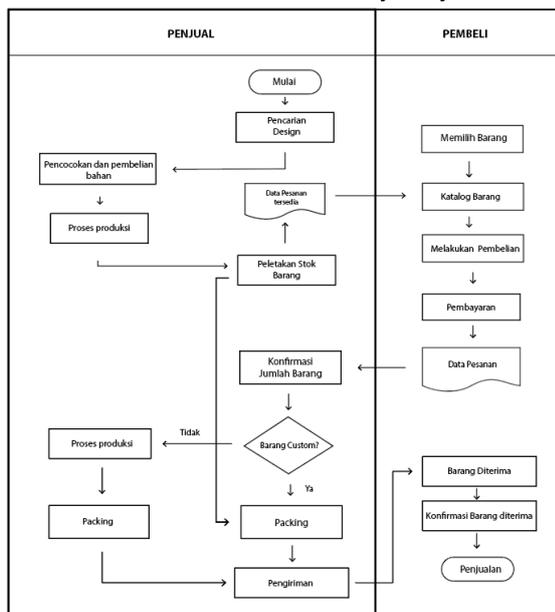
penjahit. Setelah sample menurut wajib pajak C sample tersebut cocok barulah proses produksi masal oleh penjahit dilakukan. Wajib pajak C merupakan pelanggan VIP dari salah satu kurir pengiriman barang sehingga wajib pajak C tidak perlu lagi mengirimkan barang ke tempat pengiriman barang, tetapi kurir pengiriman melakukan penjemputan ke tempat penyimpanan barang wajib pajak C.

Tidak terdapat Investasi khusus yang dilakukan oleh wajib pajak C sama seperti wajib pajak lainnya. Proses bisnis *online* menyebabkan wajib pajak C hanya memanfaatkan perangkat yang telah dimilikinya berupa *smartphone* dan juga laptop. Wajib pajak C memiliki 1 admin untuk membantunya mengelola media sosial serta tokonya pada *marketplace*. Menurutnya hal yang paling penting untuk dipersiapkan adalah strategi penjualan dari produk yang akan dijual dimana metode promosi yang digunakan oleh wajib pajak C didominasi oleh konten Tiktok serta penggunaan iklan Shopee.

4.1.2.4 Proses Bisnis Wajib Pajak D

Aksesoris pakaian berupa gelang dan kalung merupakan produk utama dari wajib pajak D. Wajib pajak D kini berfokus kepada gelang couple home made buatannya. Wajib pajak D kini berjualan melalui Shopee dan Instagram serta masih mencoba untuk memulai membuka Tiktok shop. Produk yang dihasilkan oleh wajib pajak D saat ini merupakan gelang hasil produksi rumahan yang di produksi sendiri olehnya. Wajib pajak D melakukan sistem stok dan juga custom gelang sehingga beberapa produk dapat di stok dan beberapa produk dibuat ketika pesanan datang. Penjualan yang dilakukan saat ini masih fokus kepada konsumen langsung dan belum membuka opsi bagi para *reseller*. Platform penjualan utamanya saat ini merupakan Instagram dan juga Shopee, dimana pada *platform* Instagram wajib pajak D secara rutin melakukan pembuatan konten untuk metode promosi bisnis. Secara lengkap proses bisnis yang dilakukan oleh wajib pajak D dapat dilihat pada bagan berikut.

Gambar 4.4 Proses Bisnis Wajib Pajak D



Sumber: diolah penulis

Wajib Pajak D melakukan bisnis dengan melakukan produksi sendiri yang dilakukan di rumahnya. Proses produksi diawali dengan menentukan design gelang yang ingin diproduksi, setelah pemilihan design dilakukan maka selanjutnya proses pembelian bahan dilakukan. Berdasarkan hasil wawancara, bahan-bahan tersebut diperoleh melalui *marketplace* dan juga para pedagang di sekitar Singaraja. Proses produksi gelang dilakukan dengan dibantu oleh seorang pegawai. Ketika proses produksi custom maka wajib pajak D akan menunggu bagaimana gelang yang dipesan barulah selanjutnya proses produksi dapat dilakukan. Wajib pajak D memperhatikan khusus proses pengemasan yang dilakukannya dengan strategi branding terhadap gelang produksinya. Kemasan yang digunakan diperhatikan oleh wajib pajak D dengan memberikan box karton khusus serta *thanks card* di dalam kemasan.

Tidak terdapat investasi khusus maupun pengeluaran awal yang dilakukan oleh wajib pajak D untuk melakukan usaha pada *marketplace*. Wajib pajak D yang telah terlebih dahulu memiliki toko *online* melalui Instagram hanya perlu mendaftar dan memasukkan produknya kedalam *marketplace*. Menurutnya yang perlu disiapkan ketika memulai usaha tersebut adalah strategi serta bagaimana cara produk di tampilkan. Strategi seperti pencarian *keyword* yang terbaik bagi produk serta pembuatan foto dan video produk yang menjanjikan. Wajib pajak D melakukan pembuatan foto serta video produk secara mandiri sehingga tidak terdapat biaya dalam melakukan kegiatan tersebut.

4.1.2.5 Sumber Penghasilan dan Biaya

Berdasarkan Proses bisnis masing-masing wajib pajak maka dapat disimpulkan potensi utama

penghasilan wajib pajak serta biaya usaha dari wajib pajak. Para wajib pajak memiliki komponen yang beragam dalam penghitungan beban usaha dan penghasilan yang dimilikinya. Sumber penghasilan wajib pajak dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 4.6 Sumber Penghasilan Wajib Pajak

Wajib Pajak	Sumber Penghasilan Utama	Sumber Penghasilan Lainnya
A	Penjualan Instagram, didominasi pembeli di Singaraja	Penjualan Shopee dan bonus pihak ke 3
B	Penjualan Shopee dan tiktok Shop	Instagram
C	Penjualan Shopee	Tiktok Shop dan Instagram
D	Shopee dan Instagram	Tiktok Shop

Sumber: Diolah Penulis

Jenis beban usaha Wajib pajak juga beragam sesuai dengan proses bisnis yang dilakukan oleh wajib pajak. Rincian jenis beban usaha yang dimiliki oleh wajib pajak dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.7 Beban Wajib Pajak

Wajib Pajak	Fixed cost	variable cost
A	-	Promosi, Packing, dan bensin.
B	pegawai dan kos	Biaya jahit, bahan, dan fee marketplace
C	pegawai dan promosi	biaya jahit dan fee marketplace
D	pegawai	Bahan, pengemasan, dan fee marketplace

Sumber: Diolah Penulis

Wajib pajak A tidak memiliki pegawai karena memanfaatkan anggota keluarga untuk membantunya. Wajib pajak A melakukan promosi dengan memanfaatkan beberapa media seperti media masa lokal yaitu akun Info Singaraja, *paid promote* beberapa acara, serta memanfaatkan pameran yang diadakan kampus dan daerah. Selanjutnya, wajib pajak B dalam komponen biaya diatas belum dimasukkan biaya promosi tambahan seperti melakukan iklan pada Instagram serta menggunakan jasa endorse pada *platform* sosial media. Biaya tersebut tidak diketahui akibat keterbatasan pada saat proses wawancara. Pada wajib pajak C, beberapa biaya utama yang muncul dari proses bisnis yang dilakukan oleh wajib pajak C meliputi biaya admin, biaya gaji, biaya promosi.

Biaya admin merupakan biaya yang dikenakan oleh marketplace Shopee. Wajib pajak C dikenakan tarif 7,8%, tarif tersebut berasal dari biaya admin star seller sebesar 3,2%, biaya layanan gratis ongkir sebesar 3,6%, dan biaya program cashback sebesar 1%. Biaya tersebut belum termasuk biaya pengulangan sample oleh penjahit dan biaya pengemasan. Kedua biaya tersebut tidak dimasukkan karena menurut wajib pajak C biaya tersebut tidak terlalu besar, serta terdapat keterbatasan wawancara yang menyebabkan jumlah pasti biaya tersebut tidak diketahui. Terakhir, wajib pajak D memiliki satu biaya khusus dari proses bisnisnya yaitu biaya pengemasan. Pengemasan dilakukan dengan menggunakan kotak karton khusus dengan tambahan hadiah kecil didalamnya untuk menunjang branding produk. Biaya kotak karton adalah sebesar Rp1.500,00 per box dengan tambahan hadiah kecil maka biaya kemasan dapat mencapai Rp2.000,00 per kemasan. Wajib pajak D tidak memerlukan ruangan khusus dan juga gudang untuk menyimpan stok persediaan produk dikarenakan karakteristik produk yang berukuran kecil.

4.1.2.6 Potensi Wajib Pajak

Penghitungan potensi pajak mengacu kepada omset dan Laba Bersih dari wajib pajak, data diperoleh melalui wawancara terhadap wajib pajak berdasarkan pendapatan dan biaya wajib pajak. Sehingga dapat diperoleh perkiraan omset serta margin usaha selama satu tahun, penghitungan margin dilakukan dengan mengetahui biaya dari wajib pajak secara rinci seperti gaji pegawai, packing, jasa, dan lain lain.

Tabel 4.8 Data *Net Profit Margin* (NPM)

WP	Proses Bisnis	<i>Net Profit Margin</i> (NPM)
A	Eceran	20,47%
B	Produksi Sendiri	55,89%
C	Produksi Sendiri	48,39%
D	Produksi Sendiri	51,00%

Sumber: Diolah Penulis

Setelah NPM dari masing masing wajib pajak diketahui maka penghitungan potensi pajak dapat dilakukan. Penghitungan potensi pajak keempat wajib pajak tersebut dilakukan ke dalam tiga metode yang dapat dipilih oleh wajib pajak. Metode tersebut meliputi, metode penghitungan PPh wajib pajak pembukuan dan dikenakan Pasal 17, metode bagi wajib pajak yang melakukan pencatatan dan menggunakan NPPN dalam penghitungan laba bersih, dan metode yang menggunakan PP23 tahun 2018. Keterangan wajib pajak dan penghitungan potensi wajib pajak dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.9 Informasi omset Wajib Pajak

WP	Omset	Net Profit	PTKP
A	Rp229.285.714	Rp46.925.000	TK/0
B	Rp437.472.000	Rp244.523.904	TK/0
C	Rp1.176.000.000	Rp569.072.000	TK/0
D	Rp120.000.000	Rp61.198.946	TK/0

Sumber: Diolah Penulis

Penghitungan perkiraan omset dilakukan berdasarkan data *actual* dan data wawancara yang telah diolah oleh penulis. Sehingga data omset yang telah diolah akan menggunakan perkiraan omset yang paling akurat. Dengan penghitungan *net profit* dapat dilakukan penghitungan potensi wajib pajak dengan menggunakan peraturan terbaru sesuai dengan Undang-undang Harmonisas Peraturan Perpajakan sebagai berikut.

Tabel 4.10 Penghitungan Potensi Pajak

WP	Pasal 17	NPPN x ps 17	PP23 th 2018
A	Rp0,00	Rp0,00	Rp0,00
B	Rp22.578.585	Rp252.936	Rp0,00
C	Rp98.521.600	Rp7.950.000	Rp3.380.000
D	Rp359.947	Rp0,00	Rp0,00
Ttl	Rp121.460.132	Rp8.202.936	Rp3.380.000

Sumber: Diolah Penulis

NPPN yang digunakan untuk penghitungan potensi pajak diatas disesuaikan dengan karakteristik wajib pajak sesuai dengan hasil wawancara. Dengan rincian wajib pajak A dikenakan NPPN dengan kode 47912 (Perdagangan Eceran Melalui Media Untuk Komoditi Tekstil, Pakaian, Alas Kaki Dan Barang Keperluan Pribadi) dengan tarif 20% pada Daerah Lainnya yaitu Buleleng. Wajib pajak B akan dikenakan NPPN dengan kode 14111 (Industri Pakaian Jadi (konveksi) dari Tekstil) dengan tarif 13,5% pada 10 ibukota provinsi yaitu Denpasar, wajib pajak C akan dikenakan NPPN dengan kode 14111 dengan tarif NPPN 12,5% pada daerah lainnya yaitu Kabupaten Buleleng. Wajib pajak D akan menggunakan NPPN dengan Kode KLU 13999 (Industri Tekstil Lainnya yang Tidak Dapat Diklasifikasikan di Tempat Lain) dengan tarif NPPN 12,5% pada daerah lainnya yaitu Kabupaten Buleleng.

4.1.2.7 Potensi Wajib Pajak A

Perlu diperhatikan bahwa perhitungan potensi tersebut belum mengikutsertakan pendapatan wajib pajak A dari usaha lainnya yang dilakukan oleh Wajib pajak A seperti usaha pakaian bekas dan makanan. Pendapatan serta biaya yang didapatkan juga belum memasukkan komponen yang tidak teratur dan tidak menentu seperti biaya promosi serta keuntungan yang didapatkan akibat bonus berupa uang tunai. Berdasarkan hasil

perkiraan potensi pajak wajib pajak A maka wajib pajak A memiliki potensi pajak sebesar Rp0,00.

4.1.2.8 Potensi pajak wajib pajak B

Penghitungan potensi yang dilakukan kepada wajib pajak B berdasarkan 2 data yaitu data *webscraping* serta data hasil wawancara. Hasil *webscraping* didapatkan dari toko *online* Shopee, Tokopedia, dan Tiktokshop. Perlu diperhatikan bahwa data penjualan dari *webscraping* merupakan data kumulatif sejak pengusaha mulai berjualan secara *online* yaitu dari Januari 2021. Data hasil *webscraping* yang dilakukan pada tanggal 6 Mei 2022 menunjukkan total penjualan setahun mencapai Rp287.091.594,00. Data *webscraping* yang dikumpulkan memiliki perbedaan dengan data yang disampaikan oleh wajib pajak B ketika melakukan wawancara. Berdasarkan hasil wawancara, penghitungan hasil penjualan setahun mencapai angka Rp437.472.000,00. Berdasarkan hasil pertimbangan data, perkiraan total penjualan per tahun menggunakan data wawancara.

Berdasarkan metode penghitungan pajak yang dapat digunakan oleh wajib pajak B, potensi terbesar terjadi ketika wajib pajak B memilih melakukan pembukuan dengan potensi pajak mencapai Rp22.578.585,60. Selanjutnya diikuti oleh potensi pajak melalui penggunaan NPPN dengan potensi sebesar Rp252.936,00 dan PP23 tahun 2018 dengan potensi Rp0,00.

4.1.2.9 Potensi pajak wajib pajak C

Wajib pajak C memiliki total penjualan terbesar dibandingkan dengan wajib pajak lain. Terdapat dua sumber perkiraan jumlah bruto didapatkan yaitu melalui *webscraping* dan berdasarkan wawancara. Dengan Total Penjualan Menurut *Webscraping* adalah Rp617.792.727,27.

Berdasarkan hasil wawancara, wajib pajak C memberikan data yang berbeda mengenai omset penjualan dari Shopee sebagai *platform* terbesarnya. Wajib pajak C memberikan data penjualan tertinggi yaitu pada bulan Oktober 2021 dengan total penjualan mencapai Rp150.000.000,00 dan data penjualan pada bulan April 2022 dengan bruto Rp98.000.000,00. Penjualan berfluktuasi bergantung dengan tanggal dan bulan penjualan, wajib pajak C menerangkan bahwa beberapa tanggal seperti tanggal kembar dan awal bulan menjadi titik penjualan tertinggi. Pada beberapa tanggal tersebut wajib pajak C akan memberikan diskon sebesar Rp5.000,00 untuk menarik pembeli.

Berdasarkan pertimbangan, Penghitungan perkiraan bruto akan menggunakan data hasil wawancara yaitu data penjualan pada bulan April 2022 sebagai dasar penghitungan penjualan setahun.

Tabel 4.11 Perkiraan Penjualan Wajib Pajak C

Rata rata penjualan perbulan	Rp	98.000.000,00
Penjualan setahun	Rp	1.176.000.000,00

Sumber: diolah penulis

Berdasarkan beberapa metode penghitungan pajak yang dapat digunakan, potensi pembayaran terbesar terjadi ketika wajib pajak C melakukan pembukuan tanpa menggunakan NPPN dengan potensi pajak mencapai Rp98.521.600,00. Selanjutnya diikuti oleh potensi pajak melalui penggunaan NPPN dengan potensi sebesar Rp7.950.000,00 dan PP23 tahun 2018 dengan potensi Rp338.000,00.

4.1.2.10 Potensi pajak wajib pajak D

Terdapat 2 sumber data penjualan yang digunakan yaitu data *webscraping* serta data wawancara. Berikut merupakan hasil *webscraping* yang telah dilakukan pada tanggal 8 Mei 2022 dengan penjualan setahun mencapai Rp35.096.923,33. Penjualan yang dapat diidentifikasi merupakan penjualan yang tercatat pada akun Shopee wajib Pajak D dan belum mengikutsertakan penjualan yang dilakukan melalui Instagram. Berdasarkan hasil wawancara, wajib pajak D menyatakan bahwa rata-rata penjualan yang dilakukannya setiap bulan mencapai Rp10.000.000,00 sehingga perkiraan penjualan setahun mencapai Rp120.000.000,00 secara total.

Wajib pajak D melakukan produksi gelang dirumahnya sendiri menyebabkan keuntungan utama berasal dari selisih biaya produksi dan juga harga jual dari produk yang dijualnya. Wajib pajak D menyatakan bahwa margin yang diambil dari suatu produk dapat mencapai 80% dari harga jual dikarenakan wajib pajak D melakukan proses branding terhadap aksesoris yang dijual olehnya. Berdasarkan hasil perkiraan potensi pajak wajib pajak D maka wajib pajak D memiliki potensi pajak sebesar Rp359.947,00 jika melakukan pembukuan tanpa menggunakan NPPN dan Rp0,00 jika menggunakan metode lainnya.

4.1.3 Kepatuhan Wajib Pajak

4.1.3.1 Kepatuhan formal wajib pajak A

Pada indikator pertama yaitu kepatuhan mendaftarkan diri, wajib pajak A belum melakukan pendaftaran NPWP padahal usaha yang dilakukan telah berjalan lebih dari 4 tahun. Usaha yang dilakukan mulai berkembang pada tahun 2019 sehingga kewajiban mendaftarkan NPWP sesuai pasal 2 Undang-undang KUP terjadi pada tahun 2018. Indikator selanjutnya yaitu pelaksanaan pencatatan atau pembukuan, wajib pajak telah melakukan pencatatan secara sederhana berupa penjualan, biaya, dan keuntungan. Tetapi wajib

pajak tidak melakukan pencaatan mengenai penghasilan bukan objek pajak atau penghasilan final yang dimilikinya sesuai pasal 28 ayat (9) Undang-undang KUP. Pada indikator pelaporan SPT dan pembayaran tepat waktu, dikarenakan wajib pajak tidak memiliki NPWP maka indikator ini tidak terpenuhi.

4.1.3.2 Kepatuhan material wajib pajak A

Berdasarkan indikator kepatuhan material yang digunakan, wajib pajak A dapat dikatakan sebagai wajib pajak yang tidak patuh. Dikarenakan wajib pajak A tidak memiliki NPWP dan tidak melaporkan SPT tahunan maka indikator pengisian SPT secara benar tidak terpenuhi. Pada indikator pengetahuan pajak, sebenarnya wajib pajak A telah memiliki pengetahuan dasar mengenai perpajakan mengenai kewajiban pelaporan dan pendaftaran. Tetapi wajib pajak beralasan bahwa NPWP saat ini belum diperlukan olehnya dikarenakan modal usaha berupa hutang saat ini melui perantara orang tua sehingga hutang bukanlah atas namanya, dikarenakan tidak terdapat keperluan administratif yang membutuhkan NPWP atas namanya maka wajib pajak A memilih untuk

4.1.3.3 Kepatuhan formal wajib pajak B

KeWajib pajak B merupakan wajib pajak yang awam tentang ketentuan perpajakan yang menyebabkan indikator kepatuhan formal tidak terpenuhi. Pada indikator pertama, wajib pajak B tidak memiliki NPWP dan belum mendaftarkan NPWP atas usaha yang dilakukannya walaupun jumlah penjualan yang tercatat pada akun Shopee, Tokopedia, dan Tiktokshop miliknya secara total sejak Januari tahun 2021 sudah cukup tinggi yaitu mencapai 5.224 penjualan dengan total bruto Rp 406.713.092,00 sehingga seharusnya kewajiban mendaftarkan NPWP dimulai sejak melakukan usaha pada tahun pajak 2021. Wajib pajak B melakukan usaha dan kini tinggal di Kota Denpasar, sehingga seharusnya wajib pajak B melakukan pendaftaran NPWP pada tempat usahanya berdiri yaitu pada wilayah kerja KPP yang menaungi Kota Denpasar. Pada indikator kedua, pelaksanaan pencatatan yang dilakukan oleh wajib pajak B merupakan pencatatan tentang pendapatan dan pengeluaran usaha tanpa mencatat dan memperhitungkan kewajiban pencatatan kewajiban perpajakan seperti pajak final dan bukan objek pajak. Pada Indikator ketiga dan keempat, dikarenakan wajib pajak B tidak memiliki NPWP maka kedua indikator tersebut tidak terpenuhi. Sehingga wajib pajak B dapat dikatakan belum memenuhi kepatuhan formal perpajakan, karena semua indikator penilaian kepatuhan formal tidak terpenuhi.

4.1.3.4 Kepatuhan material wajib pajak B

Tidak terpenuhinya kepatuhan formal menyebabkan pembayaran pajak yang sesungguhnya sesuai peraturan materil tidak dapat terpenuhi. Indikator pengisian SPT secara benar tidak akan terpenuhi karena wajib pajak B belum pernah mendaftarkan usahanya serta melaporkan SPT tahunan miliknya. Pada indikator pengetahuan pajak, wajib pajak B dapat dikatakan memiliki pemahaman yang sedikit mengenai pengetahuan pajak serta kewajiban pajak pengusaha *online* sehingga menyebabkan kedua indikator kepatuhan materil tidak terpenuhi.

4.1.3.5 Kepatuhan formal wajib pajak C

Wajib pajak C merupakan wajib pajak yang awam mengenai perpajakan dan menurutnya saat ini belum ada alasan khusus bagi wajib pajak C untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Pada indikator pertama, wajib pajak C belum memiliki NPWP atas usaha yang dilakukannya walaupun jumlah penjualan yang tercatat pada akun Shopee cukup tinggi setiap bulannya, seperti 98 juta pada bulan April 2022 dan seharusnya kewajiban mendaftarkan NPWP dimulai sejak melakukan usaha yaitu pada tahun 2020. Pada indikator kedua, pelaksanaan pencatatan yang dilakukan oleh wajib pajak B merupakan pencatatan tentang pendapatan dan pengeluaran usaha tanpa mencatat dan memperhitungkan kewajiban pencatatan kewajiban perpajakan seperti pajak final dan bukan objek pajak dan menyebabkan indikator ke dua tidak terpenuhi sepenuhnya. Pada Indikator ketiga dan keempat, dikarenakan wajib pajak C tidak memiliki NPWP maka kedua indikator tersebut tidak terpenuhi. Sehingga dapat dikatakan bahwa wajib pajak C belum mematuhi ketentuan formal perpajakan, karena tidak memenuhi semua indikator penilaian kepatuhan formal.

4.1.3.6 Kepatuhan material wajib pajak C

Ketika wajib pajak C tidak memiliki NPWP maka secara langsung 1 dari 2 indikator kepatuhan materil tidak terpenuhi. Indikator pengisian SPT secara benar tidak akan terpenuhi karena wajib pajak C belum pernah mendaftarkan usahanya serta melaporkan SPT tahunan miliknya. Wajib Pajak B melakukan usaha utama di rumahnya yaitu di Kota Singaraja sehingga pembuatan NPWP seharusnya dilakukan di KPP Pratama Singaraja. Pada indikator kedua tentang pengetahuan pajak, wajib pajak C tidak mengetahui apa saja kewajiban pajak dibuktikan dengan tidak mengetahui kapan seharusnya pembuatan NPWP dilakukan dan apa saja kewajiban yang melekat dari kepemilikan NPWP tersebut. Wajib pajak C memiliki asumsi bahwa saat ini belum terdapat fungsi khusus baginya untuk memenuhi kepatuhan perpajakan karena belum terdapat suruhan atau paksaan yang

membuatnya memiliki NPWP. Dapat disimpulkan bahwa wajib pajak C belum memenuhi kepatuhan pajak material karena tidak memenuhi kedua indikator kepatuhan material.

4.1.3.7 Kepatuhan formal wajib pajak D

Wajib pajak D saat ini belum melakukan kewajiban perpajakan. Wajib pajak D tidak mengetahui kewajiban pajak yang harus dilakukannya terkait usaha miliknya. Ketika wajib pajak D tidak memiliki NPWP maka indikator pertama pada kepatuhan formal tidak terpenuhi. Kegiatan utama wajib pajak D yang dilakukan di Kota Singaraja menyebabkan wajib pajak D memiliki kewajiban mendaftarkan NPWP di KPP Pratama Singaraja. Berdasarkan data pada *marketplace* Shopee wajib pajak D telah melakukan usaha sejak 3 (tiga) tahun yang lalu yang menyebabkan kewajiban pendaftaran NPWP seharusnya dilakukan 3 tahun lalu atau pada tahun 2019. Pada indikator kedua, ketidakpahaman wajib pajak D mengenai ketentuan perpajakan menyebabkan wajib pajak D tidak melakukan pencatatan secara penuh berupa pencatatan penghasilan final dan objek pajak walaupun wajib pajak telah melakukan pencatatan mengenai penjualan dan juga biaya usaha. Pada Indikator ketiga dan keempat, dikarenakan wajib pajak D tidak memiliki NPWP maka kedua indikator tersebut tidak terpenuhi. Sehingga dapat dikatakan bahwa wajib pajak D belum mematuhi ketentuan formal perpajakan, karena tidak memenuhi semua indikator penilaian kepatuhan formal.

4.1.3.8 Kepatuhan material wajib pajak D

Berdasarkan dua indikator kepatuhan materil yang digunakan, wajib pajak D tidak memenuhi kedua indikator tersebut. Indikator pengisian SPT secara benar tidak dapat terpenuhi jika wajib pajak D belum pernah mendaftarkan usaha serta membuat NPWP. Sedangkan pada indikator kedua mengenai pengetahuan pajak, wajib pajak D tidak mengetahui kewajiban perpajakan pengusaha dan bagaimana cara pembuatan NPWP sehingga dapat dikatakan bahwa wajib pajak D belum memahami ketentuan perpajakan pengusaha seperti nya.

4.1.4 Kendala yang Dihadapi Wajib Pajak

Terdapat tiga keterangan utama yang menjadi kendala bagi wajib pajak yaitu urgensi dari pemenuhan kewajiban perpajakan, ketidakpahaman ketentuan perpajakan, dan persepsi mengenai perpajakan. Wajib pajak A merasa bahwa kepentingan keperluan perpajakan belum terlalu penting baginya dikarenakan tidak terdapat persyaratan khusus dalam usahanya untuk memiliki NPWP. Hal ini juga menjadi alasan utama wajib pajak D belum melaksanakan kewajiban perpajakannya karena wajib pajak D merasa bahwa

usahanya masih dalam skala rumahan dan belum terlalu penting baginya untuk melaksanakan kewajiban perpajakan. Wajib pajak D menyatakan akan mengurus perpajakan ketika telah memiliki omset yang besar dari usahanya. Urgensi mengenai kepemilikan NPWP juga disampaikan oleh wajib pajak C yang memiliki omset tertinggi dari wajib pajak lainnya, wajib pajak C merasa bahwa tidak terdapat paksaan dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan wajib pajak C dan belum ada kegiatan administratif dari usahanya yang memerlukan kepatuhan perpajakan sehingga saat ini menurutnya belum terlalu penting untuk mengurus ketentuan perpajakan usaha miliknya.

Pemahaman mengenai peraturan perpajakan menjadi kendala lainnya bagi keempat wajib pajak yang dilakukan wawancara, mereka menyatakan bahwa mereka kurang paham mengenai ketentuan perpajakan yang harus mereka patuhi. Ketidakpahaman tersebut menyebabkan mereka tidak sempat untuk melakukan kewajiban perpajakannya. Terlebih lagi, para narumber merupakan para mahasiswa yang memiliki usaha sampingan yang menyebabkan mereka harus meluangkan waktu lebih jika ingin mempelajari peraturan perpajakan bagi usaha mereka. Pengetahuan mengenai syarat dan tatacara pembuatan NPWP serta kewajiban perpajakan merupakan kendala yang disebutkan oleh mereka. Menurut mereka keterbatasan informasi juga menjadi kendala, mereka menyatakan tidak mendapatkan informasi mengenai perpajakan, mereka juga memiliki persepsi bahwa jika mereka membahas mengenai perpajakan maka mereka akan membayarkan jumlah pajak yang cukup besar bagi usahanya serta melakukan tugas administrasi perpajakan yang rumit. Hal tersebut menyebabkan mereka tidak melakukan pemenuhan kewajiban perpajakan secara sukarela sebelum terdapat keharusan bagi mereka untuk memenuhi ketentuan perpajakan.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan tinjauan yang dilakukan mengenai Pelaksanaan pemajakan WPOP pengusaha *fashion* dan kecantikan pada *marketplace* dapat disimpulkan:

1. Kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku *e-commerce* usaha *fashion* dan produk kecantikan yang terdaftar pada KPP Pratama Singaraja cukup rendah, Hal ini ditunjukkan dengan kondisi sebagai berikut
 - a. indikator kepatuhan formal, kepatuhan pelaporan menunjukan bahwa terdapat 38% SPT yang tidak dilaporkan, pada indikator ketepatan waktu pembayaran, persentase keterlambatan pembayaran

- mencapai 62% yang berarti setengah dari pembayaran dilakukan terlambat.
- b. Kepatuhan materil mengenai pengisian SPT Secara benar dapat dilihat dari jumlah Penerbitan SP2DK yang mencapai 50 surat dari 10 orang WPOP yang teridentifikasi dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun dengan relasisasi SP2DK mencapai 52%.
 - c. Berdasarkan hasil wawancara, keempat WPOP yang melakukan penjualan pada *marketplace* belum memenuhi aspek kepatuhan formal dan material. Mereka tidak memiliki NPWP walaupun telah melakukan usaha lebih dari 1 (satu) tahun. Kepatuhan material pelaporan SPT secara benar tidak terpenuhi karena mereka tidak pernah melaporkan SPT. Keempat wajib pajak memiliki pemahaman perpajakan yang rendah mengenai kewajiban perpajakan.
2. Potensi WPOP pelaku *e-commerce* usaha *fashion* dan produk kecantikan yang secara total potensi pajak narasumber jika menggunakan pasal 17 pembukuan adalah Rp121.460.132,92, sedangkan jika menggunakan NPPN maka Potensi pajaknya secara total sebesar Rp8.202.936,00, dan jika menggunakan PP 23 Tahun 2018 maka potensi Pajak narasumber secara total adalah sebesar Rp3.380.000,00. Potensi wajib pajak dihitung dengan memperhatikan proses bisnis wajib pajak, melalui sumber penghasilan dan biaya. Seluruh wajib pajak menggunakan platform shopee dan instagram sebagai tempat berjualan, selain shopee tiga dari empat wajib pajak menggunakan tiktok shop sebagai sarana berjualan mereka. Proses bisnis dapat dibagi menjadi 2 kelompok yaitu pengusaha eceran dan pengusaha yang melakukan produksi secara mandiri. Secara umum para pengusaha tidak hanya berjualan pada satu *platform* tetapi berbagai *platform* seperti Shopee, Tokopedia, Tiktokshop dan Instagram. Pengusaha eceran dan produksi sendiri dapat melakukan penjualan dengan metode stok barang serta *Pre-order*.
3. kendala yang dihadapi Wajib pajak dalam penerapan PPh orang pribadi pelaku *e-commerce* adalah:
- a. Urgensi pemenuhan kewajiban perpajakan, menurut wajib pajak pemenuhan kewajiban perpajakan belum menjadi kewajiban yang penting bagi kegiatan usahanya saat ini karena tidak terdapat paksaan dalam pemenuhan kewajiban pajak tersebut.
 - b. Wajib pajak tidak paham terkait ketentuan perpajakan, seperti prosedur pembuatan NPWP dan kewajiban perpajakan yang harus dilakukan apabila sudah terdaftar sebagai wajib pajak,
 - c. Presepsi atas kewajiban perpajakan yang masih dianggap menjadi beban bagi wajib pajak, sehingga wajib pajak memilih menunda untuk mendaftarkan diri dan tidak mempunyai NPWP.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmadi, M. H. (2017). Determinan Keberhasilan E-Filing Pajak di Indonesia: Studi Kasus Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Tamansari Dua. *Jurnal Pajak Indonesia*.
- Andersson, J. J. (2019). Carbon Taxes and CO2 Emissions: Sweden as a Case Study. *American Economic Journal*.
- Apriyani, R. (2014). Penanganan dan Pengawasan Perpajakan Dalam Rangka Intensifikasi di Bidang E-commerce (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Magelang Selatan) .
- As'ari, N. G. (2018). pengaruh pemahaman peraturan perpajakan, kualitas pelayanan, kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Vol 1 No 6 (2018): JURNAL EKOBIS DEWANTARA* .
- Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti). (2013, October 09). *Indonesia Produsen Emisi Karbon Dunia*. Dipetik November 13, 2021, dari <https://bappebti.go.id/artikel/detail/2997>
- Bavbek, G. (2016). Carbon Taxation Policy Case Studies. *EDAM Energy and Climate Change*.
- Elbaum, J. D. (2021). The Effect of a carbon tax on per capita carbon dioxide emissions: evidence from Finland. *ECONSTOR*.
- Indrawan, R., & Binekas, B. (2018). Pemahaman Pajak dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UKM. *JURNAL RISET AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, 6 (3), 2018, 419-428.
- Lee, S., Pollitt, H., & Ueta, K. (2012). An Assessment of Japanese Carbon Tax Reform Using the E3MG. *The Scientific World Journal*.
- Lin, B., & Li, X. (2011). The effect of Carbon Tax on per Capita CO2 Emissions. *Energy Policy*.
- Maryasa, N. P. (2022, Februari). Upaya Kanwil DJP Bali. (P. A. Prebawa, Pewawancara)
- Mingxi, Z. (2013). CGE Simulation for Levying Carbon Tax in China and International Experience of Levying Carbon Tax. *Chinese*

Journal of Population Resources and Environment.

- Mudzakkir, M. F., & Suharso, A. A. (2015). *Buku Ajar Mata Kuliah Retailing*. Malang: Universitas Kanjuruhan Malang.
- Pemerintah Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat atas Undang Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan.
- Sakti, N. W. (2014). *Buku Pintar Pajak E-commerce*. Jakarta: Visi Media.
- Sarwoko, E. (2008). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang . *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Volume 4 Nomor 2*.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research Method for bussines student : fifth edition*. Harlaw: pearson education limited.
- Sirclo. (2020). <https://www.sirclo.com/blog/sejarah-perkembangan-marketplace-di-indonesia/>. Diambil kembali dari Jadi Andalan untuk Belanja Online, Berikut Sejarah Perkembangan Marketplace di Indonesia.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukada, I. W. (2020). Implementasi Compliance Risk Management (CRM) Dalam Rangka Ekstensifikasi. *Simposium Nasional Keuangan Negara 2020*.
- Sweden Ministry of Finance. (2017). *Beräkningskonventioner 2018*. Dipetik November 13, 2021, dari <https://www.regeringen.se/rapporter/2017/10/berakningskonventioner-2018/>
- Tax Foundation. (2021, June 3). *Carbon Taxes in Europe*. Dipetik Oktober 26, 2021, dari <https://taxfoundation.org/carbon-taxes-in-europe-2020/>
- Waluyo. (2002). *Perpajakan Indonesia*. Salemba Empat.
- Widodo, D. W. (2010). *Moralitas, Budaya dan Kepatuhan Wajib Pajak*. Bandung: Alfabeta.
- Wildan, M. (2022). *Ingat! Batas Omzet UMKM Tak Kena Pajak Rp500 Juta Berlaku Bulan Ini*. Diambil kembali dari [news.ddtc.co.id: https://news.ddtc.co.id/ingat-batas-omzet-umkm-tak-kena-pajak-rp500-juta-berlaku-bulan-ini-35782](https://news.ddtc.co.id/ingat-batas-omzet-umkm-tak-kena-pajak-rp500-juta-berlaku-bulan-ini-35782)